



中国物流与采购联合会
酒类物流供应链分会
Liquor Logistics Supply Chain Association of CFLP



中国酒类物流供应链 行业快报

2023年10月30日

2023年第03期 总第003期

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

从古井年份原浆等案例看酒企 该如何打破价值表达瓶颈

原文：[从年份原浆等案例看酒企该如何打破价值表达瓶颈](#)

随着C端成为酒行业渠道战略布局的高频词，各酒企需要更多思考如何将资源和费用精准投向C端、将品牌价值与品牌故事传导至C端。白酒品牌的价值表达可以分层次，价值能量也可以在代层间进行传递。但让消费者一望即知的概念是稀缺的，容易被同质化模仿而泛滥，所以白酒品牌价值表达的稀缺瓶颈需打破，从真实可感的价值中提炼用户可知的产品概念，构建起因果自洽的产品、品牌逻辑。

“一个名字，两个品牌”传统环境下广告品牌的价值表达

白酒需关注用户体验和社交需求，其价值挖掘和表达至关重要。

白酒品牌的价值表达可分层次，代层间也可传递价值能量。在消费者心中，白酒品牌常为“一个名字，两个品牌”。以古井为例，作为产品品牌其定位大众化，但作为企业品牌，它有着丰富的历史背景。古井构建了更高价值势能的平台品牌“年份原浆”，并利用其提供信用背书，成功承接消费升级的红利。

古8虽未进行产品化表达，但其包装上标注的“原8浆”引发了消费者的自发口头传播。古井集团随后将“古x”概念化和品牌化，使“古井贡—年份原浆—古20”的价值表达具有意义和价值。同样地，迎驾贡通过“**企业品牌**+“**高势能的品类化品牌**+“**可价值区隔的产品概念**”的方式进行价值升维，其中“生态洞藏”是其价值表达的关键。在这个组合中，企业品牌为生态洞藏提供合法性，生态洞藏为用户价值提供支撑，而洞x则在生态洞藏平台上进行价值区隔。

古井贡和迎驾贡的成功案例表明，采取上述方式可提升品牌价值和市场竞争力，同时也为企业预留了二次、三次增长曲线的空间。类似汾酒青花系列的价值表达，市场上还有其他成功案例。

每一家酒厂都有独特的品质价值和文化价值，如何在产品包装、品牌传播和口碑打造上形成系统化的落地应用，形成独有价值？

首先，从真实可感的价值中提炼用户可知的产品概念，将品牌价值升维。通过系统的价值挖掘，“幽兰香、饮回甘、醒酒快”是汤沟酒能够让消费者直接体验感知的三个利益点，产品上直接以“汤沟幽兰香”进行表达，“饮回甘和醒酒快”也在瓶体上有所体现。

其次，产品的包装是最为直观的感知和表达。消费者可以用语言深入浅出表达，通过口碑传播，销售队伍发自内心的自信与激情后，价值的口碑化传递就具备了话术基础和组织基础。

最后，品牌为用户提供的物质价值的基础上，需要输出精神层面的内容，让品牌价值进一步升维。汤沟能完成上述体系的构建最根本原因还是酒体品质，一直秉持豌豆入曲，没有过度追求出酒率指标而降低标准，这属于汤沟的企业文化。

汤沟幽兰香品牌的第一级价值是汤沟，是企业品牌的角色；第二级价值表达是幽兰香，用更加醒目的字体向用户传递价值；第三级价值是“兰x”，用“汉字+数字”的方式进行价格区隔，让幽兰香具备平台品牌潜质。

浓香型白酒抱团合力，打响觉醒反击第一战

原文：[浓香打破“沉默”](#)

在第十九届中国国际酒业博览会中国浓香名酒高质量发展论坛上，中国酒业协会理事长宋书玉直接点明“浓香型白酒缺乏抱团合力”，五粮液、泸州老窖、洋河等企业也借此呼吁共同做大浓香白酒市场。

85%→51%，看见浓香市场的变化

自2016年以来，酱香白酒在市场中表现出强劲势头。据《贵州省白酒产业发展报告（2022年）》数据显示，去年贵州酱酒以仅占行业4.3%的产量，却实现了30%的行业销售收入，并贡献了43.9%的行业利润总额。在众多酱香企业中，除千亿茅台外，习酒、郎酒、国台等企业也迈入百亿阵营，形成了“一超多强”的格局。

同时，清香型白酒也在逐渐复兴。以山西汾酒为例，2023年上半年营业收入和净利润分别增长了23.98%和35.00%。

然而，尽管酱香和清香型白酒不断扩张市场份额，浓香型白酒的市场占有率却从世纪之初的85%下降至目前的51%。为应对市场变化，浓香型白酒需寻求抱团发展。但要真正形成合力，浓香品类仍面临诸多挑战，如优质资源稀缺、陈年贮存表达不足及消费者追求性价比等。因此，浓香品类应思考如何解决这些问题，以实现品类扩张和市场份额的增加。

浓香品类的引领作用毋庸置疑

市场没有“浓香热”的原因之一是浓香始终在热度之上。尽管出现“酱酒热”和“清香复兴”，浓香型白酒产量和销售收入的行业占比仍超过50%、利润总额占比超40%。在名酒数量和白酒上市企业中，浓香占比均过半。市场占比大、名酒企业众多，由此汇聚了浓香品类巨大的品牌力量。

此外，浓香品类拥有成熟的文化表达和产区化建设，更能满足追求性价比的消费需求。因此，浓香品类具有强大的发展潜力。

浓香觉醒，抱团只是第一步

拥有先天优势的浓香品类在觉醒后，如何取长补短、更好地抓住市场机遇？浓香型名酒已达成共识：不内卷、不内战、不内耗，并强调“自信”二字。五粮液和洋河股份等头部企业表示，要坚定品类自信、品牌自信、品质自信，打破市场认知误区，引导和重构浓香白酒在消费群体中的价值认知，共同做大浓香市场。渠道和C端教育是关键，建立坚定的长期战略合作关系，形成强烈的品类自信和强认知，传递给渠道和消费者。抱团发展是浓香品类的必经之路，提高声量、放大优势，传播浓香型名酒的价值，让低调的“王者”重新赢得市场认知。但需要注意的是，浓香型白酒名酒众多，龙头企业实力强劲，各个代表企业的酒文化、酿造工艺、酒体风味存在细微差别，注定了浓香型白酒在抱团方式上的难度，浓香的表达将更加多元化、个性化。因此，抱团是浓香白酒“觉醒反击”的第一步，是最难的一步，同时也是最重要的一步。

低度酒市场持续增长，消费热情不减

原文：[低度酒，又“燃”了？](#)

在酒类市场中，低度酒赛道近年来一直备受关注。尽管2022年该领域的投资遭遇冷遇，但消费市场的持续增长和品牌的积极布局，预示着低度酒赛道的前景仍然充满商机。

一、投资冷静，市场“燃”了

在新消费风口下，大量新锐低度酒品牌涌现，吸引了众多投资机构入场。然而，大量新品牌的加入也带来了产品同质、定位模糊等问题，导致低度酒品牌的成长陷入瓶颈，市场表现不佳。同时，低度酒市场的集中度正在提升。天猫酒水进出口负责人张则元表示，低度酒两极化趋势明显。酒识微醺科技总经理刘大树认为，低度酒品牌的核心在于有没有即饮的逻辑。尽管投资市场对低度酒品类持谨慎态度，但消费市场对低度酒的需求仍然旺盛。据报告显示，中国低度酒市场2022年市场规模达到338亿元，预计到2025年将超过700亿元。随着市场环境的变化和消费升级，越来越多的饮料企业和酒业巨头开始布局低度酒市场。因此，未来低度酒市场有望继续保持持续增长态势。

二、百润增势回归，标示低度酒赛道回暖

百润股份2022年营收首次净利润负增长，数字零售和即饮渠道的收入均呈现下滑趋势，可见疫情对市场环境产生了重大影响。然而，梅见品牌在2022年实现了逆增长，成为低度酒市场的一匹黑马。百润股份的预调鸡尾酒业务在进入2023年后重回高增长，营收和增速均超过2021年。低度酒作为酒水领域的重要细分品类，持续了十多年的消费教育已逐步增加其消费需求，吸引了众多酒类巨头加入。今年泸州老窖旗下百调品牌打造“百调MINI BOXX酒咖”，以社交模式探索消费场景。统一也跨界布局低度酒市场，再次证明了低度酒品类的成长确定性。未来，低度酒赛道的品牌之战将更加精彩。

三、低度白酒已经加入，微醺赛道还有多少机会？

低度酒市场近年来迎来了快速的发展，涵盖了预调酒、果酒、梅酒、气泡酒、利口酒等多个子品类。而随着低度白酒的加入，这个市场变得更加丰富和多元。虽然低度酒市场在2022年遭遇了投资遇冷的困境，但消费市场的热情并未减退。根据相关数据，中国低度酒市场2022年市场规模达到338亿元，约为啤酒市场预估规模的60%，到2025年，市场规模预计将超700亿元。

在低度酒市场中，白酒龙头企业的优势明显。例如五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长曾从钦曾倡议，要打破酒度认知误区，发挥浓香白酒生产优质低度酒的先天基因、精湛工艺、市场基础等比较优势，共同突破技术重点难点，持续提升浓香白酒“低而不淡、低而不杂、低而不浊”的独特价值品质。

未来，随着消费者对于健康、时尚的需求持续增长，以及饮料企业、酒业巨头的不断布局，低度酒市场有望继续保持快速增长。同时，随着技术的不断进步和市场需求的不断变化，低度酒市场也将面临更多的挑战和机遇。

解构白酒库存问题：茅台向左，郎酒向右

原文：[解构白酒库存问题本质，茅台向左，郎酒向右](#)

在中秋、国庆这一关键销售窗口期过后，白酒行业的高库存、价格倒挂问题似乎仍然没有得到解决。作为白酒行业发展的“风向标”之一，糖酒会展商减少的现象再次强调了白酒销售“遇冷”的现状。那么，在这个挑战重重的背景下，酒企和经销商应该如何应对呢？

首先，我们必须明确的是，库存压力已经层层传递到了渠道终端。尽管大部分A股白酒上市企业的“2023年半年报”显示以增长为主，但白酒销售主要渠道表现不佳的现象证明这只是酒企靠向下游传导压力的方式短期实现了业绩增长，长期来看还是需要更多“解题思路”。

让我们从两个代表企业来看，茅台和郎酒。在过去的“黄金十年”里，白酒行业高速发展，茅台和郎酒都取得了显著的成绩。然而，随着行业步入存量博弈的阶段，市场出清逐渐加剧，挑战随之来临。

茅台作为行业的领头羊，尽管近来价格持续走低，但依然难以实现销售目标。**70%左右的酒商表示终端备货意愿低，动销不佳，也让高价格带的白酒价格开始倒挂。**

郎酒作为酱香酒的代表之一，尽管在中秋、国庆等重要节日前进行了提价，但并没有真正传递到终端市场，反而加大了下游经销商的压力。为了更低成本地拿货，经销商往往会顺应酒企制定的与进货量挂钩的**折扣政策，进一步增加渠道库存风险**。最终的结果是，**酒企的库存压力并没有减少，反而把压力传导到了终端零售商身上。**

在这个存量博弈的时代，向左向右都显得不易。对于酒企来说，单纯的提价策略并不是一个可持续的发展道路。他们需要更多的创新和转型来适应这个新的市场环境。而对于经销商来说，他们也需要改变传统的经营模式，加强对终端市场的掌控力，降低库存风险。

那么，如何寻找破局点呢？

首先，酒企需要更加注重与经销商的沟通与合作。通过与经销商共同制定销售策略、优化产品结构、降低库存等方式来减轻经销商的压力。同时，酒企也需要更加关注终端市场的发展趋势，了解消费者的需求和购买行为，为经销商提供更有针对性的营销支持。

其次，经销商也需要积极应对市场变化。他们可以通过多元化渠道、拓展线上销售等方式来降低对传统渠道的依赖。同时，经销商也需要加强对终端市场的掌控力，通过提高服务质量、加强品牌建设等方式来提升自身的竞争力。

最后，整个行业也需要共同努力来推动白酒市场的健康发展。政府、行业协会等各方可以通过出台相关政策、加强市场监管等方式来规范市场秩序、促进行业良性竞争。同时，也需要加强技术创新和产品研发力度，推动白酒行业的转型升级和高质量发展。

总之，解构白酒库存问题需要全行业的共同努力。只有通过加强沟通合作、积极应对市场变化、共同努力推动市场健康发展才能实现行业的长期稳定发展。

1-9月烟酒类零售总额4026亿

原文：[前9月烟酒类零售总额4026亿](#)

近日，国家统计局发布数据，1-9月，烟酒类零售总额4026亿元，同比增长9.8%；9月烟酒类零售总额568亿元，同比增长23.1%。

1-8月汾阳白酒产业营收152亿

原文：[1-8月汾阳白酒产业营收152亿](#)

截至今年8月底，全市485户白酒全产业链经营主体累计完成产业投资4.94亿元，同比增长126%；白酒产业累计营收152亿元，占全市工业营收比重66.5%，同比增长16.45%；白酒产业累计产值155.6亿元，占全市工业产值比重66.7%，同比增长17.08%。

1-7月全国规上酿酒企业销售 额同比增长8.2%

原文：[1-7月全国规上酿酒企业销售额同比增长8.2%](#)

2023年1-7月份，全国规模以上酿酒的企业完成销售超过5200亿元，同比增长8.2%。一些新业态新模式发展很快，如小酒馆行业同比增长21%。节气酒、生肖酒等一系列的文创产品推成出新，酒类消费场景日益活跃、消费活力不断的增强。



四川下放部分涉酒审批权限

原文：[四川省人民政府关于将一批省级行政职权事项调整由成都市及7个区域中心城市实施的决定](#)

10月19日，四川省人民政府发布《四川省人民政府关于将一批省级行政职权事项调整由成都市及7个区域中心城市实施的决定》。一般建设项目环境影响评价审批事项中，自12月1日起，“有关酒、饮料制造建设项目环境影响评价文件审批：有发酵工艺的白酒、酒精制造”一项，新增赋权绵阳市、乐山市、南充市、达州市。资料显示，早在2020年2月，该项就已经赋权成都市、泸州市、德阳市、宜宾市。

宁夏修订葡萄酒产区保护条例

原文：[宁夏修订产区保护条例](#)

宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区10月7日消息，于2012年出台的《宁夏回族自治区贺兰山东麓葡萄酒产区保护条例》修订已纳入立法计划，修订草案已于9月22日经过自治区十三届人大常委会第五次会议第一次审议，拟于11月第二次审议后发布实施。

修订草案共7章47条，突出三大特色：一是产业发展模式法定化。全国首次将贺兰山东麓产区“酒庄基地一体化”“酒庄酒”发展模式的成功经验以立法形式予以明确，进一步强化了产区酿酒葡萄基地的核心竞争力；二是保护与发展融合化。新增发展与促进专章，围绕推动葡萄酒产业融合发展、技术协同创新、人才支撑、财政金融支持以及品牌宣传推广、对外交流合作等作出规定，完善葡萄酒产业发展政策措施；三是品牌建设制度化。坚持政府主打产区品牌、企业主打产品品牌“双提升”战略，推动产区品牌牵引、产品品牌支撑双驱动。

新疆制定葡萄酒产业发展专项资金管理办法

原文：[新疆葡萄酒产量占全国24.5%](#)

新疆维吾尔自治区工业和信息化厅消息，为进一步促进葡萄酒高质量发展，自治区设立3000万元的葡萄酒产业发展专项资金，并制定《新疆维吾尔自治区葡萄酒产业发展专项资金管理办法》，从产区品牌培育、市场开拓、产业聚集与壮大、产业融合发展、科技创新、人才培养等多个方面扶持葡萄酒产业发展。

目前，新疆酿酒葡萄种植面积达到30万亩，占全国25%左右，葡萄酒产量12万千升，占全国24.5%，葡萄原酒及葡萄蒸馏酒年生产能力达到55万千升，是我国最大的葡萄原酒生产基地。

泸州老窖申请新专利，可解决 现有窖池稳固性问题

原文：[泸州老窖申请新专利，可解决现有窖池稳固性不好、容易垮窖的问题](#)

天眼查显示，泸州老窖酿酒有限责任公司日前申请一项名为“浓香型白酒发酵窖池及其建窖方法”的发明专利。据介绍，该发明公开了一种浓香型白酒发酵窖池及其建窖方法，涉及酿酒技术领域，解决现有窖池稳固性不好，容易垮窖的问题。发明人：马冲；秦辉；黄勇；李远涛；黄孟阳；何旭；何晨昕；胡方勇。

上述发明采用的技术方案是：浓香型白酒发酵窖池，包括垫层以及位于垫层之上的筑窖黄黏土层，筑窖黄黏土层的上部为纵横布置的窖坎，窖坎形成窖池的窖壁，窖壁植入有窖钉，窖底设置黄水坑，窖壁和窖底设有抹平层，抹平层为黄泥；窖坎为具有配筋的黄黏土，配筋包括错层铺设的第一加强筋和第二加强筋，第一加强筋为条状筋纵横布置并连接为一个整体的结构，第二加强筋为8字形筋通过环环相扣的方式连接为一个整体的结构。第一加强筋和第二加强筋提高了窖坎的整体性和稳定性，降低了窖坎垮塌的风险。本发明用于白酒发酵窖池的设计与建造。

国台“酱酒发酵”科研成果达到国际领先水平

原文：[国台酒业又一科研成果通过专家鉴定 达到国际领先水平](#)

10月22日，由中国轻工业联合会主办的“酱香型白酒发酵过程微生物生态调控及品质提升关键技术与应用”科技成果鉴定会在贵州仁怀举行，来自科研院所、行业协会、食品科学、发酵工程、生物技术等领域的特邀专家及行业领导组成的鉴定委员会共同参加本次鉴定会。

鉴定委员会一致认为，该项目研究成果丰富了对酱香型白酒酿造微生物生态演替变化规律的认识，解析了不同品质酿造过程中风味物质的变化差异，建立了国台酒酿造功能微生物菌种，优化了封窖工艺，提升了基酒产量和品质，项目整体技术达到国际领先水平，一致同意通过鉴定，并建议进一步扩大推广与应用。

业内人士认为，本次发布的科技成果通过国台实践应用，不仅科学地阐释了正宗大曲酱香国台酒的品质内涵，带来了良好的经济效益，而且还产生了广泛的社会效益：丰富了对传统白酒自然生态酿造过程的科学理解，为酱香型白酒机械化、数字化、智能化高品质酿造提供了理论依据和实践，对推动酱香型白酒高品质酿造具有应用意义和价值。

据悉，未来国台将进一步用更灵活高效的模式和机制，推动内外部科研合作，不断集聚创新资源，搭平台、聚人才、育项目，推动产学研深度融合，以科技创新赋能产业转型，助力智能酿造发展，驱动国台驶入高质量发展的快车道，不断为中国白酒行业的科技进步和转型升级做出新的贡献。

贵州新增2.13亿酒类项目，涉白酒检测和高粱酒生产

原文：[贵州新增2.13亿酒类项目](#)

10月9日，北京商报记者从贵州省投资促进局获悉，金沙县及黔西市两地新增酒类项目，总投资超2亿元。其中，金沙县白酒检测中心建设项目总投资额2亿，计划年销售收入1.28亿元，年利润0.57亿元，投资利润率为28.57%。该项目将建设白酒安全检测、监测体系，包括建设粮食原料、辅助材料检测设备，成品检测设备和半成品在线检测设备。黔西市重新镇高粱酒生产车间建设项目总投资额0.13亿元，计划年销售收入700万元，年利润315万元，投资利润率21%。

该项目将建设高粱酒生产车间1万平米，建设生产生活用房1000平米，配套建设污水处理设备5套，新建厂区道路安装太阳能路灯等。

四川首家酒类计量测试服务平台成立

原文：[四川首家酒类计量测试服务平台成立](#)

日前，市场监管总局发出《市场监管总局关于同意成立“国家白酒产业计量测试中心（四川）”的批复》，同意依托泸州市市场检验检测中心筹建的“国家白酒产业计量测试中心（四川）”正式成立，实现了四川省在国家产业计量测试中心建设中“零”的突破，是全国首家酒类产业计量测试技术和科技创新服务平台。该中心主要任务是研究具有产业特点的量值传递技术和产业关键领域关键参数测量、测试技术，开发产业专用测量、测试设备，研究服务白酒产业全溯源链、全寿命周期、全产业链并具有前瞻性的计量技术，加强计量测试能力、计量科技创新能力和运行能力建设，为白酒产业发展提供高技术、高质量服务。

据介绍，该中心历时7年筹备，填补了白酒领域计量测试技术空白，共建单位检验检测资源实现实验室开放共享，人才共享，共同打造产业计量发展模式标杆。

精酿啤酒新增注册企业1500+

原文：[精酿啤酒新增注册企业1500+](#)

天眼查数据显示，市场现存精酿啤酒相关企业5790余家，2023年1-9月新增注册企业1500余家。从地域分布来看，山东、江苏以及河南，三地相关企业数量位居前列，分别拥有1190余家、470余家以及390余家；从成立时间来看，60.9%的相关企业成立于1-5年内，成立于1年以内的相关企业占比29.7%。另外，从天眼查知识产权数据来看，与“精酿啤酒”相关的商标申请有4700余项，2023年迄今已有670余项申请。

五粮液：以美酒为媒，共筑“一带一路”梦想

原文：[共建“一带一路”，五粮液贡献“和美”力量](#)

10月17日至18日，第三届“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举行，来自140多个国家、30多个国际组织的领导人及代表汇聚一堂。

10月19日，在人民日报社举办的2023“一带一路”媒体合作论坛上，五粮液凭借参与高质量共建“一带一路”的典型经验做法，再次入选“一带一路”建设案例。为推动高质量共建“一带一路”倡议行稳致远贡献“和美”力量。

一、共建“一带一路”，中国主场和美飘香

共建“一带一路”倡议提出10周年，其初心是借鉴古丝绸之路文明，加强多方面的深入沟通。十年来，“一带一路”国际合作不断壮大，取得丰硕成果，成为构建人类命运共同体的重大实践行动。五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长曾从钦表示，开幕式上的主旨演讲系统总结了共建“一带一路”的巨大成就和历史经验，为中国企业全面参与、积极融入指明了方向。五粮液积极参与多项重磅活动，传递“和美五粮”理念，其参与高质量共建“一带一路”的实践举措和发展成果受到广泛认可与高度肯定。

二、紧抓新机遇，五粮液的“和美”实践

中国白酒作为传统优势产业，积极参与“一带一路”倡议，加快国际化进程，与世界共享发展机遇。

五粮液作为中国白酒的典型代表和行业龙头企业，秉持“和而不同，美美与共”的理念，主动承担中外文化交流的使命与责任，探索布局国际市场新路径、新模式，以品质为核心，与国际接轨，在行业内率先推行全面质量管理，加快制定中国白酒国际标准，增强国际消费者对白酒的认知和信任。同时，五粮液还以科技创新、科技成果转化“双轮驱动”，实力践行对品质的坚守和科学表达，提升中国白酒的国际话语权，引领中国白酒高质量发展，持续加快“走出去”步伐，稳步推进“世界的五粮液”，销售已覆盖100余个国家和地区，在多个国家和地区设立五粮液大酒家，直观触达和融入消费者生活，生动演绎中国饮食文化的白酒价值表达，为世界人民的美好生活锦上添花。

三、美美与共，大国浓香持续贡献和美力量

以酒为媒，五粮液跨越不同文明、不同国别和不同人群，积极弘扬和美文化，酿造美好生活，为各国搭建民心相通的桥梁、文化交流的媒介、文明互鉴的纽带，发挥美酒在经贸往来和文化交流中的独特作用，加快国际化步伐，提升国际化水平，为构建新发展格局贡献力量。

长期以来，五粮液深度融入共建“一带一路”倡议，积极参与重大国际交流平台和经贸活动，向世界传递中国白酒声音，实现品牌影响力持续提升，引领中国酒业高质量发展，推动中国白酒走向世界。

百润股份预计前三季度净利润超6.4亿元，同比增长110%以上

原文：[百润股份预计前三季度净利润超6.4亿元，同比增长110%以上](#)

10月9日，RIO母公司百润股份披露2023年前三季度业绩预告。

根据披露，报告期内公司净利润为6.4亿元-6.71亿元，比上年同期增长110%-120%；扣非净利润为6.3亿元-6.6亿元，比上年同期增长125%-135%；基本每股收益盈利0.61元/股-0.64元/股。

搜狐财经据预告推算，第三季度单季，百润股份净利润达2.01亿元-2.32亿元，同比增长150%-190%。

公告显示，2023年第三季度，百润股份预调鸡尾酒业务及香精香料业务销售收入继续保持较快增长。

2023年上半年，百润股份实现营业收入约16.51亿元，同比增长59.20%；实现归属于上市公司股东的净利润约4.39亿元，同比增长98.85%。

其中，预调鸡尾酒占比87.94%，香精香料制造业占比9.9%。

相比上半年，第三季度百润股份净利润增长再次提速。



茶颜悦色新设子公司涉酒

原文：[茶颜悦色新设子公司涉酒](#)

天眼查显示，湖南茶悦品牌管理有限公司成立，注册资本1000万美元（约合人民币7301.50万元），经营范围含品牌管理、餐饮管理、企业总部管理、数字内容制作服务、工业工程设计服务、酒类经营等，股东信息显示，该公司由CYYS Tea Limited全资持股。湖南茶悦文化产业发展集团有限公司旗下品牌茶颜悦色，是长沙本土知名奶茶品牌，更是被全国奶茶爱好者所知的“网红”品牌，2013年创立于长沙。

茅台防伪技术迎来变革性突破

原文：[从“二维”向“三维”，茅台这次防伪体系升级不一般](#)

茅台防伪技术体系近日迎来变革性突破，新防伪技术体系正式启用，实现了消费者易于识别、造假者难以伪造的目标。新防伪胶帽与溯源系统两相结合，为茅台酒防伪技术升级提供了双重保障。无疑，茅台防伪技术已经完成从“二维”向“三维”的高阶切换，防伪技术的升级不仅是标识的升级，更是系统化的多重防护体系，反映了茅台的“一盘棋”“生态性”思维。在茅台美的五线生态体系战略驱动下，茅台元素、茅台各单元正在产生有机耦合效应，其效力也体现在业绩上。

一、消费者易识别，造假者难伪造

贵州茅台酒宣布将升级防伪胶帽，首先从飞天53% 500ml贵州茅台酒（带杯）开始更换。新防伪胶帽具有更强的防伪性能，消费者易于识别，造假者难以伪造。新防伪胶帽采用了国内多重高壁垒的光学、油墨等防伪技术，取消了原有的电筒电池装置类防伪识别器，使瓶盖防伪胶帽可直接通过不同角度的光学凭肉眼识别。

新防伪胶帽的外观颜色为朱红色，表面光滑；帽身为祥云图案、“MOUTAI”字样；帽顶“五星齿轮”图案数量改为14个。此外，新防伪胶帽的防伪技术还使用了3D高清炫彩动感技术和景变技术，消费者识别更加简易便捷，仿造更加困难。茅台还对其他包装材料进行了针对性防伪升级，建立起“三线”识别体系，形成体系化，提升产品防伪能力。新防伪胶帽的升级是茅台美酒五线生态体系战略的一部分，旨在实现茅台元素、茅台各单元的有机耦合效应。

二、以更美的产品更好维护市场秩序

《中国酒类产业知识产权报告》显示，86.96%的酒企遭遇过知识产权侵权，尤其以商标侵权为主。假冒伪劣产品对酒企维权和市场建设造成困扰。作为行业领军企业，茅台不断更新防伪体系并投入巨大，组建100余人的专职维权队伍常驻各地开展市场维权工作。新包装茅台1935瓶盖采用了茅台自主研发的防拔出、防二次使用的瓶盖结构，具有更高的防伪效能。茅台持续加大知识产权保护力度、维护市场秩序，加码产品质量建设，以更美的产品助力渠道高水平建设和市场营销。

三、数实融合创新 多样化和个性化的美体验

贵州茅台酒新防伪技术体系中，数字技术应用成为其“点睛之笔”。基于“匠品链”打造的茅台流通溯源系统，保障了核心业务数据安全，为提高供应链管理效率提供了有力支撑。茅台将防伪体系与自建数字化平台体系打通，建立了独特的防伪生态。

新国发2号文件要求贵州省深入实施数字经济战略，推动数字经济与实体经济融合发展。茅台作为传统实体制造企业，正在进行数字革命，积极探索“数实融合”的发展道路。

6家酒企景区入选国家示范名单

原文：[6家酒企景区入选国家示范名单](#)

日前，文化和旅游部发布关于推出北京市798艺术区等69家国家工业旅游示范基地的公示，其中，北京市二锅头酒博物馆、江西省南昌市李渡烧酒作坊遗址景区、河南省三门峡市仰韶酒庄工业旅游区、陕西省宝鸡市西凤酒工业旅游基地、宁夏回族自治区银川市农垦玉泉国际酒庄、新疆生产建设兵团第六师唐庭霞露酒庄入选。

永乐古窖酒文化博览馆雅致亮相

原文：[弘扬中华酿酒文化：永乐古窖酒文化博览馆雅致亮相](#)

10月21日，由中山市政协文史委、民进中山市委员会指导，中山政协书画院、永乐古窖酒业联合主办的“诗蕴酒香，赋情一家”中山市书画名家邀请展暨永乐古窖酒文化博览馆开馆仪式，在这座主题博览馆里圆满举行。

据介绍，永乐古窖酒文化博览馆位于小榄镇菊城大道东5号，是由宜宾永乐古窖酒业股份有限公司融合中国传统书画艺术、中国酒文化和古典名著“红楼梦”等沉浸式体验元素，在“永乐古窖文化（广东）体验中心”的基础上升级塑造而成。其宗旨是通过自身的非遗酿酒基因带动传统国粹的传播，同时还是《红楼梦》文化在粤港澳大湾区的全新落点。

永乐古窖酒文化博览馆馆长、宜宾永乐古窖酒业股份有限公司副总经理吴嘉壕强调，酒不仅是饮品，更是中国文化的载体，并表示希望未来此馆能成为《红楼梦》文化的展示窗口，聚集区域力量，留下时代记忆。同时，博览馆也将成为一个开放的平台，通过举办各类文化活动、技艺展示和交流活动，推动中国酒文化的传承与发展。

该馆是目前国内以非遗酿酒文化为主线、拥有悠久历史的一座酒文化主题博览馆。馆内将独具特色的永乐古窖非遗酿酒文化与新业态旅游等元素进行优化组合，将仿古建筑、汉式阙门及清式回廊与现代名家字画有机结合，全面展示了永乐古窖对中国酒文化的继承和发展。

“怡红快绿”“潇湘馆”“藕香榭”“秋爽斋”等主题观赏体验区，融合了明清建筑特色、艺术家具、生活用品、植物盆景等元素，大到门框和窗棂，小到一副对联，甚至书中人物的喜好品等，都在主创的雕琢下尽力呈现真实还原效果。

该馆负责人表示，文化馆融合了“非遗酒文化”“红楼梦文化”体验交流平台、“中山政协书画院小榄创作基地”和“中山市工业旅游示范点”于一体的永乐古窖文化博览馆，未来将更多地和小榄菊花会等中山市传统（非遗）文化活动紧密联动，成为有中山特色的区域非遗文化的收藏和展示空间，文人墨客的创作和分享空间，政商界代表的交流会客空间，以及广大游客、市民、学子的文化素养提升空间。

四川深化交通物流运行调度机制

原文：[四川深化交通物流运行调度机制](#)

日前，四川交通物流发展运行调度制度成立暨《四川省交通物流发展蓝皮书（2022）》（简称《蓝皮书》）发布大会在成都召开。成立交通物流发展运行调度制度旨在固化实化交通物流保通保畅工作机制，强化政企沟通协作，助推全省交通物流高质量发展。

近年来，四川加快构建“通道+枢纽+网络”的现代交通物流体系，物流基础设施不断完善，物流节点体系基本形成，多式联运加快发展，市场主体不断增强，支撑经济社会发展的作用日益凸显。2022年，全省货运总量达18.4亿吨，货物周转量达3052亿吨公里，全省国家级物流枢纽数量和类别居西部地区前列。

四川省交通运输厅党组成员、副厅长宁坚表示，四川交通物流发展运行调度会议制度的成立，将促进政府与企业法规政策制定、信息数据共享、协调服务保障、试点示范创建等方面深度合作，实现政策制定更加科学、政务服务更加高效、营商环境更加优化、市场引导更加有力、交通物流更加畅通。

《蓝皮书》对四川交通物流发展总体情况、基础设施布局、整体运行情况等进行了梳理分析，总结了发展特点与问题，提出了对策与展望。《蓝皮书》将按年度进行编制、定期发布，使之成为行业主管部门政策制定的参考标、企事业单位决策部署的风向标、经济社会发展成效的评价标，更好推进四川物流业高质量发展。



南宁市创新构建中越跨境快速物流通道

原文：[南宁市创新构建中越跨境快速物流通道](#)

2022年以来，南宁市紧紧围绕国家赋予建设面向东盟开放合作的国际化大都市新定位新使命，充分发挥首府独特区位和交通优势，进一步构建完善中越跨境物流服务保障体系，提高跨境贸易便利化水平，增强跨境物流运输效能，持续提升“南宁渠道”影响力，更好助力中国—东盟跨境产业融合发展。

建立跨境通道建设统筹协调机制

为推动解决中越跨境通道建设涉及的通道建设、口岸通关、班列运行等问题，南宁市推动建立更高层级、跨区域的统筹协调机制，高位推动解决通道有关问题。一是组建中越物流通道专班。成立由自治区相关部委办厅局和南宁市委、市人民政府及有关单位组成的中国南宁—越南河内跨境物流快速通道建设工作专班；二是完善通道运行政策体系，为培育稳定畅通、便捷高效的中国至越南跨境物流快速通道提供政策支持。

优化中越跨境物流枢纽功能

加快建设南宁国际铁路港、南宁国际空港综合交通枢纽等西部陆海新通道物流枢纽，推动交通、物流、产业融合。一是完善南宁国际铁路港功能，投入运营多个区域并初步形成进出港区的循环通道，更多的跨境货物、多式联运班列在南宁国际铁路港集散、集拼。二是深化“两港一区”集成联动，实现货物快速集散通关。三是推进区域联动共建，合作共建口岸物流园。

稳定和加密中越跨境陆路货运班线

公路方面，南宁市至友谊关、东兴、水口、硕龙、岳圩、龙邦已基本实现高速公路通达。铁路方面，稳定开行中越跨境快速通关班列，效果逐渐显现。

多措并举加强货源组织

针对货源不足这一制约中越快速通关班列的关键性问题，南宁市通过加强招商引资、培育货代企业、降低成本等方式吸引货物，培养物流习惯。一是创新招商引资方式构建跨境产业链。二是降低运输成本吸引货源。三是积极培育货代企业。大力引进和发展有较强竞争力的货代企业，充分发挥货代企业的揽货能力。加大政策支持力度，通过补贴的方式培育以巨力物流为代表中越跨境运输企业。

提升口岸通关便利化水平

一是创新推出“公铁双模”跨境运输监管模式。邕州海关加强和口岸海关的联动配合，开展系统联调、数据测试，依托铁路港海关监管作业场所现有条件，实现公路跨境运输海关监管功能。二是创新“海关监管与铁路安检平行作业”新模式。将原需要在南宁国际铁路港实施的跨境电商混装货物安检环节前置到南宁综合保税区跨境电商监管场所，实现海关监管与铁路安检“同场平行、结果协同”，提升了跨境电商商品陆铁联运通关效率。

京东携“春晓计划”打造本地化全链条商家服务生态

原文：[京东携“春晓计划”打造本地化全链条商家服务生态全方位助力商家增长](#)

在10月18日，由成都市商务局、武侯区商务局、新华社品牌工作办公室指导，京东主办的“特色产业集群中国行·走进四川”暨川货电商高质量发展大会上，京东发布了“春晓计划”的升级举措，并启动了“川货电商扶持计划”。该计划旨在**为四川省本地商家提供全链条服务，推动实体经济发展，促进当地产业集群的数字化转型升级。**

四川以白酒、生鲜水果、休闲食品等产品闻名全国，尤其是生鲜和酒类产业集群表现突出。自今年1月以来，京东推出“春晓计划”后，为商家提供了快速入驻通道，使得四川当地入驻京东的商家数量迅速增长。

为了更好地贯彻落实“春晓计划”的升级举措，京东在此次大会上详细解读了20项升级举措，并发布了“川货电商扶持计划”。该计划将通过为商家提供入驻及成长服务、流量扶持、物流保障等方式，帮助四川商家将特色产品快速销售到全国各地，实现高质量、可持续的增长。

京东已组建川渝产业带团队，将长期驻扎在四川和重庆，为当地商家提供全链条的商家服务生态。该团队将为商家提供全程免费指导，包括店铺入驻、店铺基础建设、商品上架、页面优化、流量获取、活动提报等。此外，京东还将为新入驻的四川商家提供成长路径及运营操作指南，助力商家快速破单及长期稳定增长。

在流量扶持方面，京东开放了多个流量频道向四川商家全面开放，包括京东APP首页的“百亿补贴”、“9.9包邮”、“京东秒杀”以及京喜APP首页的“9.9频道”、“5元3件”、“京喜集市”、“特价团”等。这些频道向四川商家全面开放，让商家实现自主提报、公平竞价，获得流量爆增机会。

京东已在四川建成和投入使用两座“京东亚洲一号”大型现代化物流园区，仓储总面积超过100万平方米，配送网点近400个。这些基础设施将为成都龙泉驿水蜜桃、汉源车厘子、汶川樱桃、攀枝花芒果、川南柑橘、川东北老腊肉等特色川货提供快速配送服务，助力农产品上行。

作为70后的杨黎在机缘巧合下与朋友合作做起了水果供应链业务。在了解到京东的“春晓计划”和川渝产业带属地化团队服务后，他来到京东西南总部大厦进行详细了解。在京东川渝产业带团队的协助下，他在京东开设了名为“阳光味道水果经营店”的个人店铺。在店铺运营的第二个月，他的生鲜小店的销售额就快速破万，转化率高达14%。

自今年年初京东推出“春晓计划”以来，今年二季度京东新增商家数量同比增长了417%，三方商家整体的数量同比去年增长超过一倍，达到了历史最高水平。未来，京东将继续加大力度扶持四川商家，助力他们更快更好地成长。

中物流牵头“陆港一体”工程获评“国家多式联运示范工程”

原文：[喜报！这项工程获评“国家多式联运示范工程”](#)

交通运输部联合国家发展改革委印发通知，决定命名中欧班列集装箱多式联运信息集成应用示范工程等19个项目为“国家多式联运示范工程”，由中国物流集团所属中国物资储运集团有限公司牵头组织的**中国储运“陆港一体”大宗物资多式联运示范工程**项目名列其中。

该示范项目主要依托中储内陆、港口五个新建和在建多式联运物流基地，充分发挥智慧运输公铁水多式联运共享交易平台优势，整合货主与承运方，实现多式联运上下游企业间的互联互通与资源共享，构建“陆港一体”多式联运示范工程。

示范项目实施后，中国储运各参与单位充分发挥优势，为钢材、塑化、有色金属等行业的客户以及期货交易所提供高效服务，致力于打造更多标准化多式联运产品，展现物流“国家队”的责任担当。

顺丰实现新加坡跨境寄递次日达

原文：[顺丰新加坡跨境寄递次日达](#)

近日，顺丰宣布，将再次升级跨境寄递服务，实现**新加坡至中国和马来西亚两个国家的9个城市跨境快递次日达**。

此次升级，新加坡寄往中国流向，覆盖香港、上海、深圳、广州、东莞、中山、珠海、佛山等城市；寄往海外其他国家流向，已开通马来西亚吉隆坡市，越南胡志明市、泰国曼谷市流向也在筹备中。

同时，新加坡顺丰也于近期全面升级本地快递网络运营模式，在新加坡实现一周七天日均一班飞机往返。货物在新加坡当天16时前揽收，可在次日22时之前送达跨国收件方。

江西冷链物流园基础设施建设项目签约

原文：[江西供销（吉安）冷链物流园基础设施建设项目签约](#) 罗文江李晓刚等出席签约仪式并见证签约

10月24日，江西供销（吉安）冷链物流园基础设施建设项目在吉安宾馆举行签约仪式，标志着谋划已久的**冷链物流园项目正式落地**。

据了解，园区将按照“全链条无脱冷、绿色节能环保、5G物联智配”建设标准，以及冷链物流园、农产品交易市场、商业配套“三位一体”的布局要求，打造成为融产品交易、产品加工、冷冻冷藏、跨境电商、仓储物流、能源配套、商业配套等为一体的农产品一站式仓储（加工、交易）中心。

项目建成后，将进一步完善全省城乡冷链物流骨干网整网布局，对实现全省冷链物流连点成网统筹运营起关键作用，对促进吉安三产联动，助推全省农业产业高质量发展、助力乡村振兴具有重要意义。

卓尔智联发布绿色交易服务“卓零碳”，助力低碳供应链

原文：[卓尔智联发布绿色交易服务“卓零碳”助力低碳供应链](#)

10月25日，武汉（汉口北）商品交易会、2023全球数字贸易大会、中国服装大会在武汉汉口北国际贸易城隆重开幕。大会现场，卓尔智联重磅发布绿色交易服务“卓零碳”，致力推动中国绿色低碳供应链建设。

随着全球对环保问题的日益关注，绿色低碳已经成为各行各业关注的焦点。为积极响应国家“双碳”战略，卓尔智联携手中国碳数据量化专业工具和服务提供商——易碳数科，联动旗下卓钢链、化塑汇、中农网、华纺链、CIC等数字交易平台，将数字化与绿色低碳理念相结合，共同打造了“卓零碳”绿色供应链数字化服务品牌，推动大宗商品领域实现可持续发展。

据悉，“卓零碳”采用基于ISO14067国际标准的LCA生命周期评价方法（Life Cycle Assessment），以“生产流程数据梳理+积木工序计算模型+工业互联网部署”的创新模式和数智化技术手段，可为农产品、化工塑料、黑色金属等产业上下游客户，提供从商品贸易物流信息的追踪到企业碳数据专业量化模型计算的产品碳足迹计算、低碳路线规划服务等综合解决方案。此方案方便、快捷、高效且低成本，可有效支持企业用户开展精益化碳管理，不断优化绿色物流供应体系，系统提升产品绿色低碳竞争力。

致力于成为全球领先的数字贸易平台，卓尔智联业务涉足物业、交易、跨境贸易、仓储、物流、金融、供应链管理等供应链综合服务。易碳数科是一家专注于工业制造业碳排放数据量化云计算的互联网公司，致力于以工业互联网架构和工业软件应用模式为企业提供快速、高效、精准的组织碳排放核算和产品碳足迹量化服务。未来，双方将合力促进数字贸易和供应链管理等领域加快实现绿色发展，提升整个供应链的效率和效益。

党的二十大报告指出：“必须牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念，站在人与自然和谐共生的高度谋划发展。”卓尔智联总裁齐志平表示，“卓零碳”将以技术创新推动行业绿色发展，持续赋能合作企业碳足迹量化，推进企业低碳转型与供应链低碳化发展，进一步推动产业结构转型，构建循环经济产业链，助力中国绿色供应链构建和绿色贸易繁荣发展。



培养国际物流与供应链人才成为行业人才培养新任务

原文：[央视新闻：培养国际物流与供应链人才成为行业人才培养新任务](#)

据央视新闻报道，中国物流与采购联合会相关负责人近日在2023年物流与供应链人力资源发展大会上指出，我国共有物流相关法人单位40多万家，物流从业人员5500多万人，占全国从业人员的6.5%，是我国服务业就业的主要渠道之一，而且每年会产生100多万人的就业需求。此外新业态新模式下“网约配送员”“供应链管理师”等新岗位的从业人数也超过1000多万，每年也有大量的新增岗位需求。而目前每年院校物流专业毕业生17万人，难以满足行业发展需求。

另外，物流与供应链也是大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等新型信息技术应用与创新最活跃、最广泛的领域之一，拥有最多的应用场景，智慧物流与供应链创新成为中国经济发展的新动能，智慧物流与数字化供应链人才已经成为企业数字化转型和供应链升级的关键要素和最急需的人才。

随着数字贸易、跨境电商、自贸区等新型贸易模式涌现，中欧班列、云仓、海外仓等新型物流渠道发展，培养一大批具备国际视野、综合素质好、跨文化沟通能力强的国际物流与供应链人才成为行业人才培养新任务。

百世集团牵头成立全国智慧物流与供应链行业产教融合共同体

原文：[百世集团牵头成立全国智慧物流与供应链行业产教融合共同体](#)

10月25日，为贯彻落实国家关于职业教育的有关文件精神，全国智慧物流与供应链行业产教融合共同体在杭州正式成立。该共同体由百世集团、浙江工商大学、浙江经济职业技术学院共同牵头，联合国内高水平高校、中高职院校、行业优质企业、行业协会、科研机构以及上下游企业等119家会员单位参与并共同组建的产教融合创新型组织，旨在搭建一个开放、包容、协作、创新的产教融合平台。

全国智慧物流与供应链行业产教融合共同体将联合开发教学资源、教学装备，开展技能人才培养、岗前培训、岗位培训和继续教育培训等，共同探索智慧物流与供应链人才的培养模式和机制。

百世还于行业内首创运输与配送生产性实训方案。通过利用区块链、人工智能等技术，集“生产+实训+竞赛”三种功能于一体建立数智化运输与配送实训中心，培养现代化物流专业人才。

此外，百世集团将积极参与共同体的建设与发展，继续加强与高校、职业院校和行业协会的合作，协同进行技术攻关，驱动产业链升级，打造智慧物流与供应链人才培养高地。



中国物流与采购联合会 酒类物流供应链分会

地址：北京市丰台区丽泽路16号院2号楼
铭丰大厦808室

电话：010-83775913 010-83775912

E-mail: alc@56cflp.com hongbao.li@56cflp.com

中物联酒类分会
官方微信



本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws